

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P TERHADAP VOLUME PEMBELIAN
DAN PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN SERTA TINGKAT LOYALITAS
KONSUMEN “SWALAYAN IKAN” KOTA MALANG**

**SKRIPSI
PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN JURUSAN
SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN KELAUTAN**

**Oleh:
RINI NINGSIH SIMANJUNTAK
NIM. 135080401111063**



**FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2017**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P TERHADAP VOLUME PEMBELIAN
DAN PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN SERTA TINGKAT LOYALITAS
KONSUMEN “SWALAYAN IKAN” KOTA MALANG**

**SKRIPSI
PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN JURUSAN
SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN KELAUTAN**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih Gelar Sarjana Perikanan
di Fakultas Perikanan Dan Ilmu Kelautan
Universitas Brawijaya**

**Oleh:
RINI NINGSIH SIMANJUNTAK
NIM. 135080401111063**



**FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2017**

SKRIPSI

PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P TERHADAP VOLUME PEMBELIAN DAN PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN SERTA TINGKAT LOYALITAS KONSUMEN “SWALAYAN IKAN” KOTA MALANG

Oleh :

RINI NINGSIH SIMANJUNTAK
NIM. 135080401111063

Telah dipertahankan di depan penguji
pada tanggal 31 Juli 2017
dinyatakan telah memenuhi syarat
SK Dekan No : _____
Tanggal : _____

Dosen Penguji I



Dr. Ir. Pudji Purwanti, MP
NIP. 19640226 198903 2 003
TANGGAL : 07 AUG 2017

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I



Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP
NIP. 19610417 199003 1 001
TANGGAL : 07 AUG 2017

Dosen Penguji II



Dr. Ir. Mimit Primyastanto, MP
NIP. 19630511 198802 1 001
TANGGAL : 07 AUG 2017

Dosen Pembimbing II



Zainal Abidin, S.Pi, MP, MBA
NIP. 19770221 200212 1 008
TANGGAL : 07 AUG 2017



Mengetahui
Ketua Jurusan SEPK

Dr. Ir. Nuddin Harahab, M.P
NIP. 19610417 199003 1 001

TANGGAL : 07 AUG 2017

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang saya tulis ini benar- benar merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil penjiplakan (plagiasi), maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai hukum yang berlaku di Indonesia.

Malang, 31 Juli 2017

Mahasiswa

Rini Ningsih Simanjuntak

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Berkat dan Rahmat yang diberikan penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Volume Pembelian dan Pengukuran Tingkat Kepuasan Serta Tingkat Loyalitas Konsumen Swalayan Ikan Kota Malang dengan baik. Laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Perikanan di Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Brawijaya.

Dalam penyusunan laporan Skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Dr. Ir. Nuddin Harahap, MP dan Zainal Abidin, S.Pi., MBA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sampai dengan selesainya penyusunan usulan skripsi ini.
2. Kedua orang tua serta kakak dan adik saya yang telah memberikan dukungan materi maupun moril selama penyusunan laporan skripsi ini.
3. Teman-teman AP 2013 serta semua sahabat yang selalu memberikan dukungan dan semangat.

RINGKASAN

RINI NINGSIH SIMANJUNTAK. Skripsi tentang Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Volume Pembelian dan Pengukuran Tingkat Kepuasan Serta Tingkat Loyalitas Konsumen Swalayan Ikan Kota Malang dibawah bimbingan **Dr. Ir. Nuddin Harahap, MP** dan **Zainal Abidin, S.Pi, MP, MBA**

Swalayan Ikan merupakan tempat pembelanjaan berbentuk toko yang menjual atau memasarkan berbagai produk perikanan (olahan/ikan segar). Swalayan Ikan malang didirikan untuk membantu usaha mikro, kecil dan menengah (UMUKM) yang bergerak dalam bidang perikanan untuk memasarkan produk-produk hasil produksi usaha mikro, kecil dan menengah (UMUKM) khususnya usaha mikro, kecil dan menengah (UMUKM) malang, namun yang terjadi pada Swalayan Ikan volume penjualan semakin hari semakin menurun. Dari sudut pandang intern swalayan, diperlukan suatu bauran pemasaran agar dapat memenangkan persaingan dalam merebut pasar. Studi tentang pengaruh bauran pemasaran terhadap tingkat volume pembelian dan pengukuran kepuasan serta loyalitas konsumen sangat menarik untuk dikaji lebih dalam, mengingat konsumen merupakan titik sentral dalam pemasaran. Mempelajari apa yang dibutuhkan dan yang diinginkan oleh konsumen pada saat ini merupakan hal yang sangat penting. Memenuhi harapan konsumen akan menuntun pemasar pada kebijakan pemasaran yang tepat dan efisien. Pada kondisi persaingan sempurna, konsumen mampu untuk memilih di antara beberapa alternative pelayanan dan memiliki informasi yang memadai, kepuasan serta loyalitas konsumen merupakan kunci penting. Oleh karena itu, untuk dapat menarik konsumen dan dapat bersaing dengan perusahaan lain, maka hal yang dilakukan swalayan adalah memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga diharapkan konsumen merasa puas dan loyal terhadap produk perikanan “Swalayan Ikan”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Bagaimana “Swalayan Ikan” dinas pertanian dan ketahanan pangan mengimplementasikan bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan, (2) Mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk perikanan Swalayan Ikan, serta (2) Bagaimana tingkat loyalitas konsumen terhadap produk perikanan Swalayan Ikan. Penelitian dilakukan di “Swalayan Ikan” Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Bidang Perikanan Kota Malang - Jawa Timur pada bulan Mei 2017.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dan kualitatif data dikumpulkan dengan cara kuisioner dan wawancara, untuk menentukan jumlah sampel yang diambil pada konsumen “Swalayan Ikan” adalah dengan menggunakan rumus linear time function dengan jumlah sampel 58 responden. Jenis data digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Sedangkan teknik analisis data dilakukan secara kuantitatif dan kualitatif dengan cara analisis regresi linier berganda menggunakan alat bantu SPSS 16.0 For Windows. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat yaitu volume pembelian sedangkan variabel bebas yang digunakan yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, bukti fisik. CSI, IPA dan Loyalitas digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan dan indeks kepuasan serta loyalitas konsumen produk Swalayan Ikan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Volume pembelian produk perikanan di Swalayan Ikan dipengaruhi secara bersama-sama oleh variabel produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, bukti fisik. Variabel bauran pemasaran yang berpengaruh nyata terhadap volume pembelian produk di Swalayan Ikan adalah variabel harga. Swalayan Ikan cukup bagus menerapkan strategi harga yaitu menerapkan harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk. Tingkat kepuasan konsumen dapat dikatakan puas, hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan Customer Satisfaction Indeks (CSI) yang didapatkan hasil sebesar 75,07% dimana nilai ini berada pada rentang nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) diantara 66%-80,99% dengan kategori Puas. Tingkat loyalitas konsumen produk perikanan "Swalayan Ikan" tergolong "loyal", hal ini ditunjukkan juga dengan hasil piramida terbalik loyalitas konsumen dengan puncak diatas *committed buyer* 81% diikuti oleh *liking of the brand* 48,2%, *satisfied buyer* 91,3%, *habitual buyer* 82,7%, dan *switcher* atau *price buyer* 43,1%. Berdasarkan hasil tersebut sebaiknya Swalayan Ikan memperhatikan strategi yang digunakan agar dapat meningkatkan volume pembelian seperti meningkatkan kinerja produk, harga, promosi, orang (karyawan), bukti fisik dan mempertahankan strategi proses. Untuk peneliti selanjutnya diiharapkan untuk melakukan penelitian di "Swalayan Ikan" dengan menggunakan 9P.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Volume Pembelian dan Pengukuran Tingkat Kepuasan Serta Tingkat Loyalitas Konsumen Swalayan Ikan Kota Malang”. Didalam laporan ini peneliti membahas mengenai variabel bauran pemasaran yang berpengaruh terhadap volume pembelian produk Swalayan Ikan, tingkat kepuasan dan tingkat loyalitas konsumen Swalayan Ikan. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Dr. Ir. Nuddin Harahap, M.P selaku dosen pembimbing pertama dan Zainal Abidin, S.Pi, MP, MBA selaku dosen pembimbing kedua dan semua pihak yang telah membantu dalam penulisan laporan ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyajian laporan skripsi ini dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar dapat dijadikan masukan dalam penelitian berikutnya dan dapat bermanfaat bagi orang lain. Demikian penulis sampaikan terima kasih

Malang, 31 Juli 2017

Rini Ningsih Simanjuntak

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
UCAPAN TERIMAKASI	v
RINGKASAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
2. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Deskripsi Produk	10
2.2.1 Pengertian Pangan	10
2.2.2 Ikan.....	10
2.2.2.1 Klasifikasi Ikan Segar	10
2.2.2.2 Klasifikasi Ikan Olahan	11
2.2.3 Diversifikasi Dan Karakteristik Produk.....	11
2.3 Karakteristik Konsumen	14
2.4 Bauran Pemasaran	16
2.5 Keputusan Pembelian	19
2.6 Kepuasan Konsumen	22
2.7 Loyalitas Konsumen.....	24
2.8 Analisis Regresi Linier Berganda	29
2.9 Importance Performance Analisis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI)	31
2.13 Kerangka Pemikiran	33
3. METODE PENELITIAN	37
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian	37
3.2 Jenis Dan Sumber Data	37
3.2.1 Jenis Data	37
3.2.2 Sumber Data	37
3.3 Populasi Dan Sampel.....	38
3.3.1 Populasi.....	38
3.3.2 Sampel	39
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	40
3.4.1 Kuisioner	41
3.4.2 Wawancara	42
3.5 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	42
3.5.1 Variabel Penelitian Regresi Linier Berganda.....	42

3.5.2	Variabel Penelitian CSI, IPA	46
3.5.3	Defenisi	46
3.6	Metode Analisis Data	48
3.6.1	Uji Penyimpangan Asumsi Klasik.....	48
3.6.2	Tingkat Kepuasan Konsumen.....	53
3.6.3	Pengukuran Loyalitas Konsumen	58
4.	KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	64
4.1	Letak Geografis dan Topografis	64
4.2	Keadaan Penduduk.....	66
4.3	Keadaan Umum Swalayan Ikan	67
4.3.1	Sejarah Berdiri dan Perkembangan Usaha.....	67
4.3.2	Struktur Organisasi dan Ketenagakerjaan	68
5.	HASIL DAN PEMBAHASAN	70
5.1	Deskripsi Konsumen Swalayan Ikan	70
5.1.1	Karakteristik Konsumen Swalayan Ikan	70
5.1.2	Deskripsi Jawaban Responden	74
5.2	Implementasi Bauran Pemasaran	83
5.2.1	Uji Validitas dan Reabilitas	87
5.2.2	Uji Asumsi	90
5.3	Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Olahan Ikan	105
5.3.1	Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja atribut	105
5.3.2	Indeks Kepuasan Konsumen	119
5.4	Tingkat Loyalitas Konsumen	120
5.5	Implikasi.....	131
6.	KESIMPULAN DAN SARAN	134
6.1	Kesimpulan	134
6.2	Saran	135
	DAFTAR PUSTAKA.....	136
	LAMPIRAN.....	141

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Skala Likert.....	54
2. Skala <i>Customer Satisfaction Index</i>	58
3. Perhitungan <i>Switcher</i> atau <i>Price Buyer</i>	59
4. Perhitungan <i>Habitual Buyer</i>	60
5. Perhitungan <i>Satisfied Buyer</i>	61
6. Perhitungan <i>Liking Of The Brand</i>	62
7. Perhitungan <i>Committed Buyer</i>	63
8. Jumlah Penduduk Kelurahan Lowokwaru Berdasarkan Jenis Kelamin	64
9. Jenis Pekerjaan	66
10. Karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin.....	70
11. Karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin dan status pernikahan	71
12. Karakteristik konsumen berdasarkan jumlah anggota keluarga	72
13. Karakteristik konsumen berdasarkan tingkat pendidikan.....	72
14. Karakteristik konsumen berdasarkan tingkat pekerjaan	73
15. Karakteristik konsumen berdasarkan tingkat pendapatan per bulan.	74
16. Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Produk.....	74
17. Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Harga	76
18. Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Tempat.....	77
19. Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel promosi	78
20. Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Orang	80
21. Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Proses	81
22. Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel bukti fisik	82
23. Validitas	88
24. reliabilitas.....	89
25. Analisis uji multikolinearitas	90
26. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser	93
27. Perhitungan Regresi Linier Berganda	96
28. Uji t (Signifikansi parsial).....	101
29. Tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja.....	106
30. Nilai rata-rata tingkat kepentingan konsumen dan nilai rata-rata tingkat kinerja produk olahan ikan “Swalayan ikan”	107
31. Hasil perhitungan indeks kepuasan konsumen secara keseluruhan	119
32. Hasil perhitungan <i>switcher/price buyer</i> produk “Swalayan Ikan”	121
33. Perhitungan <i>habitual buyer</i> produk	121
34. Perhitungan <i>Satisfied buyer</i> produk	124
35. Perhitungan <i>Liking the brand</i> produk	125
36. Perhitungan <i>Committed buyer</i> produk.....	127

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Tahapan dalam proses pembelian	21
2. Piramida loyalitas.....	28
3. Piramida terbalik loyalitas	29
4. Kerangka Pemikiran.....	36
5. Diagram kinerja dan kepentingan atribut.....	55
6. Swalayan Ikan	67
7. Grafik scatter plot uji heteroskedastisitas	92
8. Gambar Histogram dan Normal P-P Plot	94
9. Diagram Kartesius IPA konsumen produk Swalayan Ikan.....	109
10. Piramida brand loyalty produk.....	128

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Penentuan Variabel	141
2. Dasar Penyusunan Kuisisioner Bauran pemasaran.....	144
3. Dasar Penyusunan Kuisisioner Kepuasan Konsumen.....	150
4. Dasar Penyusunan Kuisisioner Loyalitas Konsumen.....	156
5. Lokasi Penelitian.....	158
6. Data Penjualan	159
7. Data Produk Swalayan Ikan.....	160
8. Daftar Harga Produk Swalayan Ikan	163
9. Tempat (Swalayan Ikan)	167
10. Promosi	168
11. <i>People</i>	169
12. Proses (penyampaian produk)	170
13. Bukti fisik	171
14. Data untuk Analisis Regresi Linear Berganda.....	172
15. Uji Multikolinearitas	174
16. Uji Heteroskedastisitas	175
17. Analisis Regresi Linear Berganda.....	176